Tot mai multe companii aduc în echipa de management Directori de Operaţiuni Digitale – însă are loc această transformare suficient de rapid?

Numai 6% dintre primele 1500 de companii din lume au numit un Director de Operaţiuni Digitale (Chief Digital Officer – CDO) pentru a supraveghea transformarea digitală a afacerilor lor, însă numărul acestor manageri este în creştere, potrivit unui nou studiu efectuat de Strategy&, divizia de consultanţă strategică a PwC.

Ediţia 2015 a studiului Chief Digital Officer analizează cele mai mari 1500 de companii în funcţie de venituri (atât companii listate cât şi private) pentru a înţelege câte dintre acestea au numit deja un CDO, cine sunt aceşti manageri şi care este poziţia lor în ierarhia organizaţiilor.

- Companiile orientate către consumatori, inclusiv de media şi divertisment (13%), companiile din industria alimentară şi a băuturilor (11%), şi companiile de bunuri de larg consum (9%), sunt cele mai susceptibile să fi numit deja un CDO.
- Companiile europene angajează astfel de CDO într-un ritm mai alert decât cele din alte regiuni (13% în Europa, faţă de 7% în America de Nord, 5% în America Latină şi de Sud, 3% în Asia-Pacific şi 2% în Orientul Mijlociu şi Africa).
- Companiile mai mari sunt deschizătoare de drumuri în numirea unor CDO. Proporţia companiilor cu mai mult de

10.000 de angajaţi care au numit deja un astfel de director este între 7 şi 9%, în vreme ce doar 1% până la 3% dintre companiile mai mici au făcut acest lucru.

Dintre cei 86 de CDO identificaţi, 31 au fost numiţi în ultimul an, o creştere semnificativă care sugerează că din ce în ce mai multe companii de top consideră că au nevoie de un lider dedicat care să fie responsabil de transformarea companiei într-o organizaţie de succes în era digitală.

Însă cele mai multe companii nu introduc suficient de rapid noua funcţie.

„În ciuda avansului digitalizării în ultimii ani, majoritatea companiilor nu au dat unui singur manager responsabilitatea de a superviza toate eforturile lor digitale. În schimb, cele mai multe companii încearcă să gestioneze această transformare digitală la nivel funcţional, de unitate de business sau la nivelul fiecărui teritoriu în care operează", a declarat Mircea Bozga, Partener, Liderul Echipei de Servicii de Securitate Cibernetică, PwC România.

Dintre companiile care au numit un CDO, peste 80% au angajat un astfel de manager după 2012, iar 40% dintre aceştia sunt membri ai Boardului Executiv. Studiul arată că rolurile celor din echipa executivă sunt redefinite, cei mai mulţi Directori Digitali provenind dintr-o varietate de funcţii, cea mai frecventă fiind cea de marketing (34%), urmată de vânzări (17%) şi IT (14%).

„Poziţia de CDO este una nouă şi relativ nedefinită, având un rol diferit de cel al Directorilor de IT sau al Directorilor de Marketing. Funcţiei de CDO îi revine responsabilitatea de a ghida transformarea companiilor într-o epocă de schimbări profunde, generate de tehnologie, atât în relaţia cu partenerii, cât şi în operaţiunile interne", a adăugat Mircea Bozga.

Din moment ce rolul unui lider digital este prin definiţie

transformator, directorii de operaţiuni digitale care vor avea succes sunt cei care se pot adapta la peisajul tehnologic în rapidă schimbare, urmărind în acelaşi timp obiectivele de afaceri ale companiilor lor.